

# ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА МЯГКОЙ МЕБЕЛИ



**Анастасия Птуха,**  
председатель совета директоров  
ГК Step by Step



**Татьяна Мерзлякова,**  
менеджер по маркетингу  
ГК Step by Step

## ЧТО ПРОИСХОДИТ НА РЫНКЕ МЯГКОЙ МЕБЕЛИ СЕГОДНЯ?

Отечественный рынок мебели стал одним из первых потребительских рынков, который сформировался в нашей стране в начале 90-х годов. Потребление мебели ежегодно росло в среднем на 15–25%. Переломным моментом стали 2008–2009 годы, когда падение рынка составило более 20%. В настоящее время самым развитым сегментом российского мебельного рынка является сегмент мягкой мебели. Несмотря на то что данный рынок является достаточно развитым, существуют некоторые проблемы в выборе покупателями того или иного производителя.

В данной статье хотелось бы рассмотреть не только современное состояние рынка мягкой мебели, но и возникающие на нем проблемы. Одной из движущих сил на рынке является потребитель, и самой большой проблемой является то, что выбирая ту или иную продукцию, он практически не ориентируется в брендах, представленных на рынке

мебели. Представление покупателей о ценовой категории мебели можно назвать субъективным и напрямую зависит от уровня дохода, то есть происходит размытие границ между дорогой и дешевой мебелью. Так, в представлении разных по уровню дохода групп потребителей дешевым является диван в ценовом диапазоне до 15 000 рублей, средним по цене считается диван стоимостью от 15 000 до 30 000 рублей и т. д. Покупатель редко имеет представление о том, какого качества должен быть товар. Таким образом, при покупке той или иной продукции критерии выбора являются расплывчатыми. Покупатель не всегда может задать содержательные вопросы продавцу, из ответов на которые он смог бы сделать необходимые выводы для выбора продукции.

Для того чтобы производителям мебели на отечественном рынке было проще и эффективнее продвигать свою продукцию, необходимо знать и понимать тенденции, происходящие на этом рынке.

На сегодняшний день производство мягкой мебели в нашей стране регулируется законодательством. Мягкая мебель должна соответствовать ГОСТу, в котором обозначена основная классификация, используемые материалы, размеры и основные характеристики. Но стоит отметить, что в 2010 году была отменена обязательная сертификация мягкой мебели, что дает производителям возможность осуществлять производство, как на основании требований ГОСТов, так и руководствуясь разрабатываемыми самостоя-



К КОНЦУ ГОДА ОБЕЩАЕТСЯ РОСТ СПРОСА НА МЯГКУЮ МЕБЕЛЬ В СЕГМЕНТЕ B2B, И ПРЕЖДЕ ВСЕГО – ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ NORECA, ЧТО СВЯЗАНО С ПРОВЕДЕНИЕМ В 2014 ГОДУ ЗИМНИХ ОЛИМПИЙСКИХ ИГР В СОЧИ, ГДЕ НАБЛЮДАЕТСЯ АКТИВНОЕ РАЗВИТИЕ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ.

тельно Техническими условиями (ТУ). Однако в связи с отменной сертификации многие эксперты отмечают тенденцию к снижению качества продукции.

Современные отечественные компании сегодня продвигают мягкую мебель определенного сегмента или стиля. Также заметно расширение ассортиментной линейки. Например, компания «Роникон», известная на рынке в первую очередь как производитель шкафов-купе, представила новую торговую марку кухонной и корпусной мебели. Фабрика «Яна», производитель «корпуса», выпустила коллекцию мягкой мебели<sup>1</sup>.

Согласно данным маркетингового исследования российского рынка мягкой мебели, проведенного ГК Step by Step, в 2012 году объем реализации мебели отечественными предприятиями-производителями составил 178,78 млрд рублей. Пик продаж мебели отечественного производства был зафиксирован в четвертом квартале с октября по декабрь 2012 года.

К концу 2013 года ожидается рост спроса на мягкую мебель в сегменте B2B, и прежде всего – для предприятий HoReCa, что связано с проведением в 2014 году зимних Олимпийских игр в Сочи, где наблю-

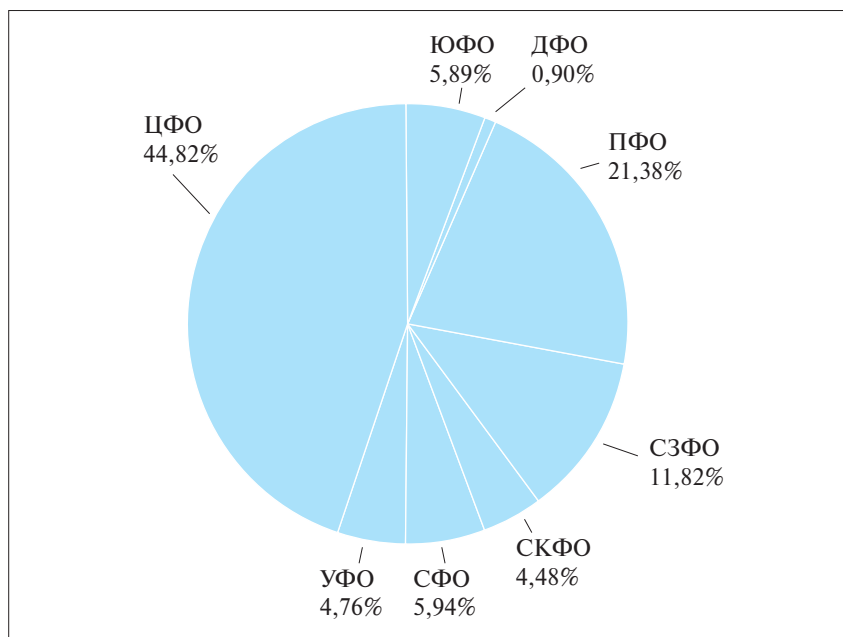


Рис. 1. Структура рынка мебели отечественного производства по федеральным округам в 2012 году, %<sup>2</sup>

дается активное развитие рынка недвижимости.

В структуре реализации мебели отечественного производства по федеральным округам наибольшая доля в стоимостном выражении приходилась на Центральный федеральный округ и составила 44,82%. Структура производства представлена на диаграмме (рис. 1).

Таким образом, второе место по производству мебели занимает Приволжский федеральный округ; его доля составила 21,38% от всего производства. Далее сле-

дует Северо-Западный федеральный округ – 11,82%. Наименьшая доля производства принадлежит Дальневосточному ФО – 1%.

Далее рассмотрим объемы производства мягкой мебели по различным категориям. Так, в 2010–2012 годах наблюдалось увеличение объемов производства всех категорий за исключением кресел. Объем производства кресел снизился на 21,84% в 2011 году по сравнению с 2010 годом и на 3,99% в 2012 году по сравнению с 2011 годом.

А в первом полугодии 2013 года наблюдалось снижение производства всех категорий мебели по сравнению с аналогичным периодом 2012 года. Наибольшее сокращение объемов производства наблюдалось в категории «кресла» и составило 11,55% по сравнению с аналогичным периодом 2012 года. Наименьший



ПРОИЗВОДСТВО МЯГКОЙ МЕБЕЛИ В СТРУКТУРЕ РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА ВИДОВ МЕБЕЛИ В ТОВАРНЫХ КАТЕГОРИЯХ МЕБЕЛИ ДЛЯ ДОМА СОСТАВИЛО 24% ОТ ОБЪЕМА ВСЕГО ПРОИЗВОДСТВА.

<sup>1</sup> [http://www.rekana.ru/articles/podvodim\\_itogi\\_prognoziruem\\_budushchee/](http://www.rekana.ru/articles/podvodim_itogi_prognoziruem_budushchee/).

<sup>2</sup> Источник: ГК Step by Step, 2013 г.

темپ сокращения объемов производства наблюдался в категории «диваны-кровати».

По оценке ГК Step by Step, в структуре российского рынка мебели в 2012 году основная доля приходилась на мебель для дома и составила 91,09%. Производство мягкой мебели в структуре российского производства видов мебели в товарных категориях мебели для дома составило 24% от объема всего производства. Основная доля приходилась на производство диванов-кроватьей и составила около 40%. Структура отечественного производства мягкой мебели представлена на диаграмме (рис. 2).

Как видно из диаграммы, наименьшую долю в структуре российского производства мягкой мебели, занимала категория «диваны, софы, кушетки с металлическим каркасом». Доля данной продукции составила 9,9%.

Стоит отметить, что импортная продукция на российском

рынке мягкой мебели в 2012 году составляла 92,02%. Таким образом, в 2012 году оборот внешней торговли мебелью составил 14,08 млн единиц готовой продукции. Основной страной-импортером мебели в нашу страну в натуральном выражении в 2012 году являлся Китай. Из него в Россию поступило 5,9 млн единиц мебели. Таким образом, мебель из Китая составляет около 44% от всего импорта, а второе место по поставкам занимала Украина, ее доля составила 15% от импорта. Также к крупным отправителям стоит отнести Малайзию, Литву, Польшу и Италию.

Таблица 1. Производство мягкой мебели в натуральном выражении в 2010 – 2012гг.<sup>3</sup>

Вид продукции	Годы		
	2010	2011	2012
Кресла	705,70	551,60	529,60
Диваны, тахты, кушетки, софы	414,17	419,71	493,07
Диван-кровати	596,11	598,28	634,41

Хотелось бы обратить внимание на то, что в стоимостном выражении структура импорта сильно отличается от структуры импорта в натуральном выражении. Связано это с тем, что из разных стран импортируется продукция разных ценовых сегментов. Самая дешевая продукция привозится из Малайзии, Украины и Китая. Если в натуральном выражении на их общую долю приходится около 64%, то в стоимостном их суммарная доля не превышает 30%.

Одним из факторов, влияющих на развитие рынка мебели, являются потребительские предпочтения. При покупке мебели наиболее значимыми критериями для потребителя являются:

- Цена.
- Производитель.
- Магазин (место покупки).
- Каталог (характеристики продукта).
- Визуализация мягкой мебели (фото).

Важно отметить, что покупатель очень слабо ориентируется в именах и брендах производителей. Так и получается, что бренд не является основным критерием качества мягкой мебели. Даже в случае, когда имя производителя на слуху, у покупателя нет четкого понимания, чего ожидать от предла-



Рис. 2. Структура российского производства мягкой мебели в 2012 году, %<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Источник: ГК Step by Step, 2013 г.

<sup>4</sup> Источник: ГК Step by Step, 2013 г.

*Группа Компаний Step by Step – исследовательская и консалтинговая группа, предоставляющая полный комплекс услуг в области управленческого, инвестиционного и маркетингового консалтинга, маркетинговых и социологических исследований. Среди заказчиков российские и зарубежные компании, представители бизнеса, муниципальные образования Российской Федерации. ГК Step by Step была создана в 2000 году. Сегодня в ГК входят: Маркетинговое агентство Step by Step, Аналитический центр Step by Step, Step by Step Консалтинг, Step by Step Брендинг, Step by Step Недвижимость, Call-центр MarketPhone.*

гаемого товара. То есть у покупателя отсутствует привязанность к торговой марке. Потребительские представления о качестве чаще всего не связаны с определенными производителями. Покупатель, скорее, ориентируется на саму модель мягкой мебели, рассматривая ее внешний вид и функциональные особенности, чем на имя производителя или продавца. Подтверждением тому является незнание производителя уже купленной мебели, даже если эта покупка произведена всего несколько месяцев назад. А вот, например, на рынке бытовой техники большая часть покупателей знает марку своих холодильников, стиральных машин и т. д.

В августе 2013 года специалисты ГК Step by Step провели анализ популярности интер-

нет-запросов по магазинам мягкой мебели.

*В результате анализа установлено, что наиболее популярными на рынке мягкой мебели являются «Икеа» – 27,64%, «8Марта» – 27,17% и «Боровичи» – 25,79%.*

К сожалению, помимо несформированного четкого представления о брендах, представленных на рынке, на сегодняшний день на отечественном рынке мягкой мебели существуют еще некоторые проблемы, которые препятствуют развитию и состоянию рынка. В 2013 году специалисты ГК Step by Step выделяют **следующие проблемы рынка мягкой мебели:**

- импорт дешевой мягкой мебели из Китая;
- отсутствие качественного сырья в области наполнения;
- низкое качество продукции и сырья;

- наличие на рынке «серых» игроков;
- региональные диспропорции производства и потребления.

Как уже было сказано, по мнению многих специалистов, возникновение проблем с качеством продукции связано с отменой обязательной сертификации, а также высокой долей импорта продукции китайского производства.

Что касается прогнозов развития отечественного рынка мягкой мебели, то можно говорить о том, что, *по оценкам аналитических агентств и экспертов рынка, рынок будет расти, но темпы его заметно снизятся. По мнению специалистов ГК Step by Step, в 2013 году ожидать роста отечественного рынка мягкой мебели возможно, но только за счет замещения отечественной продукции импортом из Китая.*

Российский рынок мягкой мебели в настоящее время позиционирует себя как перспективный рынок, готовый к принятию новых игроков. Но тем не менее необходимы действенные меры по развитию производства и сбыта отечественной мебели, а также стоит больше уделять внимания формированию имиджа бренда, так как слабая ориентированность покупателей в марках производителей дает преимущество в продвижении новой продукции.